

ЭВОЛЮЦИЯ И ТРАНСФОРМАЦИЯ КОНЦЕПТА «MEDICINE» В ДИСКУРСЕ МАСС-МЕДИА

В статье представлены пути и способы вербализации концепта «medicine» в англоязычном массмедийном дискурсе. Стимулом для настоящего исследования послужили постоянное обновление знаний в границах современной медицинской парадигмы, с одной стороны, и возрастающая роль масс-медиа в жизни общества и сознании людей, а также активное изучение медицинского языкового материала с коммуникативно-когнитивных позиций – с другой.

Ключевые слова: Концепт, дискурс, медицина, дискурс масс-медиа, лингвистический маркер

Медицина постоянно совершенствуется, поэтому новые медицинские термины появляются на страницах англоязычных газет и журналов, фиксируются в словарях и справочниках, находят отражение в учебных пособиях для врачей и медицинских работников. Именно этими обстоятельствами обусловлена актуальность настоящей работы, целью которой является изучение путей и способов вербализации концепта «medicine» в массмедийном дискурсе в английском языке.

Джанни Ваттимо, современный итальянский философ и социолог писал: «Общество, в котором мы живем, является обществом всеобщей коммуникации, обществом масс-медиа» [1, с. 7]. В условиях этого общества важнейшей движущей силой является информация, а ключевым дискурсом, реализующим движение социальной мысли и формирующим концептуальную картину мира человека, становится дискурс масс-медиа [6, с. 131-140]. В современном мире изучение дискурса масс-медиа становится все более актуальным с возрастанием роли масс-медиа в жизни общества [4, с. 97-101]. Сегодня активно изучается массмедийный материал с коммуникативно-когнитивных позиций, что характерно для современной лингвистики [3, с. 5]. Особенностью массмедийного дискурса, по мнению А. В. Полонского [5], является способность избирательно актуализировать информацию, ассоциировать понятия, образы или факты. Массмедийный дискурс носит опосредованный характер (между адресантом и адресатом есть дистанция – пространственная и/или временная) и обладает мощной жанровой системой, состоящей из текстов различной жанровой природы. По мнению М.Р.Желтухиной [2, с. 137], массмедийный дискурс преобладает в следующих жанрах: передовая статья, памфлет, колонка комментатора, репортаж и др. «Воздействие масс-медиа дискурса в большей степени проявляется в публицистических жанрах, чем в научных и художественных» [2, с. 145]. В целом, любую информацию в СМИ следует относить к пространству массмедийного дискурса. Взаимосвязь различных

типов дискурса и дискурса масс-медиа состоит в «преломлении данных видов дискурса сквозь призму языка СМИ, приобретении новых качеств и свойств» [2, с. 149; 7, с.79-83].

На материале 8 самых популярных англоязычных газет (THE SUN, DAILY MAIL, DAILY MIRROR и других (см. список использованной литературы) были отобраны статьи, в которых рассматривается медицинская сфера. Как правило, это статьи из рубрики Health. Было исследовано 58 англоязычных медицинских статей, на основе которых для анализа были включены 245 английских существительных медицинской семантики. Анализ выборки показал, что все они распределились по различным тематическим группам, четыре из которых оказались наиболее частотными: тематическая группа «Заболевания» (26%) с доминирующей семой «disease»; группа «Лекарства и препараты» (17%) – состоит из слов, которые включает в себя маркер «drug»; тематическая группа «Здоровый образ жизни» (13%) представлена маркером «health», в то время как существительное «treatment» объединяет группу «Лечение» (9%).

Анализ данных проблемных областей позволил обнаружить, что концепт «medicine» в массмедийном дискурсе вербализуется с помощью разнообразных лингвистических маркеров, которые принадлежат к терминам. Причем, часть этих терминов хорошо известна, а другие появились с новым витком развития медицинской науки и практики. Основная часть медицинских лексических маркеров находит свое отражение в статьях о болезнях. Отсюда большое количество таких английских медицинских ЛЕ, как *skin cancer, melanoma* [10]; *pancreatic cancer, metastatic pancreatic ductal adenocarcinoma (PDAC)* [8]; *breast cancer, stage ductal carcinoma in situ (DCIS), a lump in the breast, operation* [11], *lymph nodes, affected cells* [15]; *prostate cancer, cholesterol drug: Chemical known as RO 48-8071 cuts the cholesterol production, forces cancerous cells to fall apart and die* [9]. Многочисленны медицинские лингвистические маркеры, описывающие врожденные заболевания: *Down's syndrome* [15]; *Rokitansky syndrome, womb, heartbreak, Harequin Ichthyosis, 'Snake skin' disease, bacteria and infection* [10] и др. Вместе с тем, следует заметить, что газетная статья – это отличная возможность прорекламирровать определенный товар. Так, в рамках газетных публикаций рекламируются:

- медикаменты – «Of 95 *patients* given a combination of *nivolumab* and *ipilimumab*, 64 per cent were still alive after two years. Dramatic results from research give hope to diagnosed with *melanoma* each year» [10];
- темный шоколад – «It's rich in *magnesium* – an essential *mineral* that keeps body clocks running on time. It helps keep *immune systems* healthy, prevents some *cancers* and cuts the risk of *heart attacks*» [8].

Интересно, что в англоязычных медицинских статьях встречается и отрицательная реклама продукта. Авторы статей предостерегают нас от использования продуктов, которые могут причинить вред, они, как правило, считаются антирекламным продуктом:

- таблетки: «The elderly are being warned not to take *counter flu, hayfever, allergy and heartburn tablets* – they can cause *short-term memory loss*» [8];
- тальк: «An American woman died of *ovarian cancer* (рак яичников). After years of threatened boycotts and petitions Johnson & Johnson agreed to remove *formaldehyde*, considered probable human *carcinogens* from all products» [12];
- сладкие напитки: «Parents in Liverpool are being warned about the amount of sugar in soft drinks causing *tooth decay* among the children» [14].

Часто затрагиваются проблемы интимной гигиены и женского здоровья (*Molluscum Contagiosum – viral skin infection, STDs – sexually transmitted diseases, genital warts, herpes* [15]; *irritation and infection* caused by underwear which can affect *fertility, pregnancy, hyperemesis gravidarum* [9]), а также проблемы стресса и депрессии (*symptoms, stress* [10]; *anxiety, depression, sleep deprivation* [13]; *antidepressants, neurasthenia, mental illness, insomnia, headaches* [8]).

Следует также отметить, что в английском дискурсе масс-медиа присутствуют тексты о пользе домашних животных: «Cats have been prescribed as a *purring panacea*. Cat ladies and, indeed, cat lords are measurably happier and healthier than their petless peers» [14].

Таким образом, концепт «medicine» в массмедийном дискурсе представлен множеством разнообразных маркеров, являющихся медицинскими терминами, номинами болезней, лекарства, части тела, методы лечения и здоровый образ жизни. Систематизация данных дискурсивных маркеров, иллюстрирующих пути и способы вербализации концепта «medicine» в англоязычном массмедийном дискурсе, способствует достоверному представлению вышеназванного концепта в современной англоязычной картине мира.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ваттимо Д. Прозрачное общество. Пер.с итал. Д.Новикова. – М.: Логос, 2003. – 128с.
2. Желтухина М.Р. Специфика речевого воздействия тропов в языке СМИ: дис. ... доктор филол. наук: 10.02.19. – М., 2004. – 721с.
3. Кардумян М.С. Языковая специфика аналитической разновидности дискурса масс-медиа: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. – Ставроп., 2011. – 225с.
4. Малюга Е.Н. Англоязычный дискурс СМИ // III Международная научно-практическая конференция “Актуальные проблемы современного научного знания”. – 2010. – Пятигорск. – С. 97-101.
5. Полонский А.В. Медиа – дискурс – концепт: опыт проблемного осмысления [Электронный ресурс] // Современный дискурс-анализ. – 2012. – Вып. 6. – URL: <http://discourseanalysis.org/ada6/st43.shtml> (дата обращения: 12.05.2016).
6. Пономаренко Е.В. О самоорганизации и синергизме функционального пространства английского дискурса // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия «Гуманитарные науки». – 2013. – No 13(156). – Вып. 18. – С. 131-140.

7. Харьковская А.А., Александрова О.В. Российская научная периодика в коммуникативном пространстве зарубежных изданий // Вестник Самарского государственного университета. 2015. № 1 (123). – С. 79-83.

Список источников фактического материала

Газеты и журналы

8. Daily Express / 2016 Northern and Shell Media Publications. – UK. – 2016. – URL: <http://www.express.co.uk/> (дата обращения: 19. 04. 2016).

9. Daily Mail / Associated Newspapers Ltd. – UK. – 2016. – URL: <http://www.dailymail.co.uk/home/> (дата обращения: 18. 04. 2016).

10. Daily Mirror / 2016 MGN Limited. – UK. – 2016. – URL: <http://www.mirror.co.uk/> (дата обращения: 19. 04. 2016).

11. Daily Star / 2016 Northern and Shell Media Publications. – UK. – 2016. – URL: <http://www.dailystar.co.uk/> (дата обращения: 23. 04. 2016).

12. Daily Telegraph / Telegraph Media Group Limited 2016. – UK. – 2016. – URL: <http://www.telegraph.co.uk/> (дата обращения: 19. 04. 2016).

13. Evening Standard / Evening Standard Limited. – UK. – 2016. – URL: <http://www.standard.co.uk/> (дата обращения: 19. 04. 2016).

14. I / 2016 Johnston Publishing Limited. – UK. – 2016. – URL: <https://inews.co.uk/> (дата обращения: 23. 04. 2016).

15. The Sun / News Group Newspapers Limited. – UK. – 2016. – URL: <http://www.thesun.co.uk/sol/homepage/> (дата обращения: 03. 04. 2016).